

УДК 347.774

DOI: <https://doi.org/10.18454/VEPS.2017.1.5504>**К вопросу о проблеме использования фирменных наименований
в корпоративной деятельности и особенностях их правовой защиты****Лаврик Т.М.**

Кандидат юридических наук,
заведующая кафедрой гражданского права и процесса
Тамбовского государственного технического университета

**Федосова Н.В.**

Магистрант Тамбовского государственного
технического университета, секретарь мирового судьи
судебного участка № 2 Советского района г. Тамбова

Статья посвящена исследованию современного законодательства об особенностях правовой защиты фирменного наименования юридического лица, проведён анализ защиты фирменного наименования в практической деятельности, предложены пути решения выявленных проблем.

Ключевые слова: фирменное наименование, сходство до степени смешения, потребитель, организация.

В настоящее время существование рыночной экономики невозможно без конкуренции за потребителя среди участников предпринимательской деятельности. С целью привлечения клиентов реализуются различные рекламные проекты, требующие больших финансовых затрат, идет борьба за улучшение качественных характеристик товаров, работ и услуг. В этой связи для каждого предпринимателя, желающего иметь стабильный, прибыльный и развивающийся бизнес, важно, чтобы он не терялся в глазах потребителей в сравнении с конкурентами. Одним из инструментов, позволяющих индивидуализировать одно предприятие от другого, является в том числе и фирменное наименование. Каждый год в Российской Федерации регистрируются новые организации (в 2015 г. на территории Российской Федерации зарегистрировано 465560 организаций) [1], которые пытаются привлечь к себе внимание потребителя, в том числе при помощи фирменного наименования, непохожего на уже существующие. Однако, нередки ситуации, когда наименования организаций повторяются, вызывая конфликты и споры между их владельцами.

Основные положения, касающиеся средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, предприятий, содержатся в части четвертой Гражданского Кодекса РФ [2] (далее – ГК РФ). В данной части ГК РФ содержится требование о запрете использования сходных до степени смешения фирменных наименований юридическими лицами, которые осуществляют аналогичную деятельность.

В 2014 г. в часть четвертую ГК РФ были внесены существенные изменения и дополнения [3], затронувшие как общие положения раздела VII (Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации) ГК РФ [2] (ст.ст. 1229, 1249, 1246-1251 и др.), так и отдельные нормы глав 70-76 этого раздела. Большое внимание уделено защите прав фирменного наименования юридического лица, в том числе путем предъявления требования о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения. Изменения выражаются в следующем: «Если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммер-

ческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее, либо в случаях установления конвенционного или выставочного приоритета средство индивидуализации, которое имеет более ранний приоритет».

Перечисленные изменения стали важным шагом на пути совершенствования индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, так как представляют собой одну из составных частей общей реформы действующего гражданского законодательства, предусмотренной Концепцией развития гражданского законодательства Российской Федерации 2009 г. [4, с. 7].

ГК РФ в п. 3 ст. 1474 содержит основные признаки противоправности использования третьим лицом фирменного наименования правообладателя: тождественность используемого третьим лицом обозначения фирменному наименованию правообладателя или схожесть до степени смешения; осуществление данными юридическими лицами аналогичной деятельности; более позднее включение в Единый государственный реестр юридических лиц фирменного наименования третьего лица.

В практической деятельности наиболее острым является вопрос, связанный со спорами в отношении схожих и тождественных фирменных наименований юридических лиц. Так, например, кондитерская компания имеет фирменное наименование «Василек», а другая фирма, имея название «Синий василек», занимается аналогичным видом деятельности. Возникает проблема правильной трактовки понятия «сходство до степени смешения». В это же время встает вопрос, как правильно определить, тождественны или сходны до степени смешения фирменные наименования юридических лиц? Споры подобного рода довольно часто встречаются в судебных инстанциях. Само понятие «сходство до степени смешения» широко применяется в сфере правовой охраны фирменного наименования юридического лица. ГК РФ не дает легального определения данного понятия, однако такое определение содержится в подзаконных нормативно-правовых актах.

Сходство до степени смешения – это ассоциация фирменных наименований между собой, несмотря на отдельные отличия [5].

Показательный пример судебной практики исследуемого вопроса сложился в Саратовской области. Арбитражный Суд Саратовской области, а в дальнейшем и апелляционная инстанция отказали в иске об изменении фирменного наименования ЗАО «АП Саратовский завод резервуарных металлоконструкций» к ООО «Саратовский резервуарный завод», несмотря на то, что оба предприятия осуществля-

ли производство металлических резервуаров [6]. Отказывая, суд первой инстанции исходил из того, что нарушение исключительного права отсутствует, поскольку фирменные наименования общества «АП Саратовский завод резервуарных металлоконструкций» и общества «Саратовский резервуарный завод» не сходны до степени смешения.

Суд по интеллектуальным правам в качестве кассационной инстанции пришел к выводу о наличии правовых оснований для их отмены в силу следующего. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на отдельные отличия. При определении сходства обозначений исследуются звуковое, графическое и смысловое сходство обозначений, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении. Суд пришел к выводу, что данные наименования сходны до степени смешения, при этом организации занимаются аналогичными видами деятельности. Подобные факты приводят потребителя в заблуждение [6].

Для более тщательного анализа заявленной проблемы необходимо рассмотреть еще несколько примеров судебной практики. Так, решением Арбитражного Суда Смоленской области по делу № А62-4588/2015 [7] суд удовлетворил иски требования ООО «Нефтика» к ООО «Нефтика-С» о прекращении использования фирменного наименования, сходного с фирменным наименованием истца до степени смешения. ООО «Нефтика» (зарегистрировано в 1999 г. в г. Брянске) обратилось в Арбитражный Суд Смоленской области с иском к ООО «Нефтика-С» (зарегистрировано в 2015 г. в г. Смоленске) об обязанности ответчика прекратить использование фирменного наименования, сходного с фирменным наименованием истца до степени смешения, в части слов «Нефтика», путем внесения изменений в учредительные документы или изменить свое фирменное наименование.

Суд установил, что полное фирменное наименование ответчика полностью воспроизводит фирменное наименование истца, а также, что истец и ответчик осуществляют однородную деятельность, связанную с реализацией компьютерной техники и периферийных устройств.

Анализ судебной практики показывает, что не всегда суды первой инстанции принимают решение в пользу истца при наличии очевидных обстоятельств, указывающих на тождественность фирменных наименований. Так, ЗАО «Липецкэнергоремонт» обратилось в Арбитражный Суд Липецкой области с требованием к ЗАО «Липецкэнергоремонт» о прекращении использования фирменного наименования, тождественного с фирменным наименованием истца до степени смешения. При рассмотрении дела, установлено, что ЗАО «Липецкэ-

нергоремонтинвест» осуществляет аналогичные с истцом виды деятельности. ЗАО «Липецкэнергоремонт» зарегистрировано в 2003 г., а ЗАО «Липецкэнергоремонт» – в 2005 г., однако, с 2013 г. последнее «изменило» наименование юридического лица на ЗАО «Липецкэнергоремонтинвест». В рамках данного спора была проведена лингвистическая экспертиза, в ходе которой был поставлен вопрос: имеется ли сходство до степени смешения между фирменными наименованиями ЗАО «Липецкэнергоремонт» и ЗАО «Липецкэнергоремонтинвест» либо указанные фирменные наименования различны? В заключении эксперта было отмечено, что данные фирменные наименования являются различными. Судом истцу в иске было отказано. Постановлением Суда по интеллектуальным правам от 02.12.2014 г. решение по данному делу отменено и направлено на новое рассмотрение. Вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен судом без назначения экспертизы. Для признания средств идентификации участников гражданского оборота и производимых ими товаров и услуг сходными до степени смешения достаточно уже самой опасности, а не реального смешения фирменных наименований в глазах потребителя. Заключение эксперта отражает субъективное мнение специалиста в области лингвистики, а не рядового потребителя, который обычно воспринимает применяемые в гражданском обороте средства индивидуализации, исходя из общего впечатления. В подобных случаях о наличии опасности смешения может свидетельствовать не заключение эксперта, наделенного специальными познаниями в той или иной области знаний, а данные социологических опросов, которые в рамках данного дела либо в рамках досудебной подготовки не проводились. При этом суду необходимо учесть то обстоятельство, что ЗАО «Липецкэнергоремонт» и ЗАО «Липецкэнергоремонтинвест» осуществляют предпринимательскую деятельность в одной и той же сфере и на одной территории. Суд принял решение удовлетворить исковое заявление ЗАО «Липецкэнергоремонт» – обязать ЗАО «Липецкэнергоремонтинвест» прекратить использование фирменного наименования, тождественного с фирменным наименованием истца до степени смешения [8].

Закон предоставляет возможность каждому юридическому лицу добровольно изменить фирменное наименование в случае, если оно является тождественным до степени смешения с другим фирменным наименованием. Пример подобной практики был в Санкт-Петербурге. ООО «СПб-Сервис» обратилось в Арбитражный Суд города Санкт-Петербурга и Ленинградской области к ООО «Сервис-СПб» с иском о прекращении деятельности последней организации. В материалах дела имеются сведения о смене ответчиком с 17.03.2016 г. своего полного и сокра-

щенного фирменного наименования, утверждения изменений к уставу, внесении записи о регистрации соответствующих изменений, в том числе в части основных и дополнительных видов деятельности. Таким образом, согласно выписке из ЕГРЮЛ, наименованием ответчика является Общество с ограниченной ответственностью «Удобный качественный сервис» (далее – ООО «УКС»), следовательно, на день рассмотрения спора в суде ответчик не использовал фирменное наименование истца или обозначение, сходное с ним до степени смешения. Арбитражный суд признал доказанным факт смены наименования ООО «Сервис-СПб» на ООО «УКС» и отказал в удовлетворении иска истцу.

Судебная практика показывает, что в тех случаях, когда правообладателями на фирменное наименование юридических лиц являются разные лица, очень часто возникает коллизия прав на фирменное наименование, приводящая к судебным спорам. Причиной этого являются пробелы в законодательстве о фирменных наименованиях, товарных знаках и других средствах индивидуализации. Предполагаем, что есть необходимость внести в законодательство изменение о возможности использования тождественных фирменных наименований организациями, работающими в схожих сферах деятельности, в случае если они располагаются в разных субъектах Российской Федерации и своей деятельностью не причиняют ущерба друг другу. Этот вывод подтверждается обширной судебной практикой, сложившейся за время действия четвертой части Гражданского кодекса Российской Федерации, в том числе практической деятельностью юристов, специализирующихся на защите средств индивидуализации юридических лиц.

Данные статистики рассмотрения судами дел о защите прав на фирменное наименование свидетельствуют о том, что за последние три года количество дел данной категории, производство по которым было окончено, увеличилось по сравнению с аналогичными показателями за предыдущие годы. За рассматриваемый период сформировалась единообразная судебная практика применения большинства положений части четвертой ГК РФ, о чем свидетельствуют данные статистики.

В 2014 г. Судом по интеллектуальным правам в качестве суда первой инстанции рассмотрено 783 дела, из них с удовлетворением требований было рассмотрено 567 дел, а в 2015 г. по данной категории дел судом первой инстанции рассмотрено 802 дела, из них с удовлетворением требований было рассмотрено 606 дел [9]. В процентном соотношении, количество рассмотренных дел по интеллектуальным правам в 2015 г. увеличилось на 3 % по сравнению с 2014 г., а количество дел с удовлетворением данных требований увеличилось на 6 %. Самая обширная практика рассмотрения

дел данной категории за 2014, 2015, 2016 гг. сложилась в Московской области, среди субъектов РФ Центрально-Черноземного округа можно выделить Воронежскую область – 28 %, Липецкую – 44 %, в Тамбовской области рассматривалось всего 4 % дел, изучаемой нами категории, т.е. не во всех субъектах РФ формируется судебная практика подобного рода.

Таким образом, можно сделать вывод, что внесение изменений в часть четвертую ГК РФ наряду с пробелами имеет свои достоинства. С одной стороны, фирменное наименование юридических лиц защищено от использования тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения, если указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность, но с другой – недостаточно конкретизирована ст. 1474 ГК РФ. При рассмотрении судебной практики выяснилось, что возникает проблема правильной трактовки понятия «сходство до степени смешения», что впоследствии приводит к многообразию её толкования, а это непозволительно, с точки зрения правовой доктрины. На данном этапе одним из решений, позволявшим урегулировать вопрос единого подхода к упоминаемому понятию, является разработка соответствующих механизмов нормативного правового регулирования, в том числе конкретизация нормы ст. 1474 ГК РФ либо внесение поправок путём принятия дополнительных норм.

Литература:

1. Центральная база статистических данных // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 13.01.2017 г.).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016 г.) // СЗ РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
3. Федеральный закон от 12.03.2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2014. – № 11. – Ст. 1100.
4. Суханов Е.А. Американские корпорации в российском праве (о новой редакции гл. 4 ГК РФ) // Вестник гражданского права. – 2014. – № 5. – С. 3-32.
5. Приказ Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам от 31.09.2009 г. № 197 «Об утверждении методических рекомендаций по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство» // СПС «КонсультантПлюс».
6. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 26 ноября 2015 г. № С01-957/2015 по делу № А57-1836/2015 // СПС «КонсультантПлюс».
7. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации от 25.11.2014 г. № 306-ЭС14-2019 «Об отмене постановления Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 30.07.2014 г. по делу № А65-25516/2013» // СПС «КонсультантПлюс».
8. Решение Арбитражного Суда Смоленской области по делу № А62-4588/2015. – URL: <http://www.gospravosudie.ru/> (дата обращения: 14.01.2017 г.).
9. Обзор Президиума Верховного Суда России от 25.11.2015 г. № 3 «Обзор судебной практики Верховного суда Российской Федерации по гражданским правам» // СПС «КонсультантПлюс».

The Problem of Using Company Name in Corporate Activities and their Legal Protection

T.M. Lavrik, N.V. Fedosova
Tambov State Technical University

The paper dwells upon contemporary legislation in terms of terms of legal protection of company name. The authors analyze protection of company name in practice and propose solution to the existing problems.

Key words: company name, confusing similarity, consumer, organization.